



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ALUMNO: JAIRO ALFONSO BULNES ARGUETA

TEMA: INFLUENCIAS PERSONALES

**MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR**

**PROFESOR (A): DARLING DOLLI GUZMAN
SANCHEZ**

**LIC. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE
NEGOCIOS**

CUATRIMESTRE: 5TO CUATRIMESTRE

MATRICULA: 409421752

CEL. 919-132-4779

CORREO: alfobul05@gmail.com

INFLUENCIAS PERSONALES

Factores Culturales

- culturales** — Se define como el conjunto de valores, ideas, actitudes y símbolos que adoptan los individuos para comunicarse, interpretar e interactuar como miembros de una sociedad
- Subcultura** — Reflejan distintas referencias culturales específicas, actitudes y estilos distintos
- Clase Social** — Las clases sociales son divisiones de la sociedad, relativamente homogéneas y permanentes, jerárquicamente ordenadas y cuyos miembros comparten valores, intereses y comportamientos similares

Factor personal

- Edad y Fase del Ciclo de Vida** — El consumo también está influido por la fase del ciclo de vida familiar
- Ocupación** — Los esquemas de consumo de una persona también están influidos por su ocupación
- Estilo de Vida** — El estilo de vida trata de reflejar un perfil sobre la forma de ser y de actuar de una persona en el

Percepción

Proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta las entradas de información para crear una imagen del mundo llena de significado mundo

Aspectos particulares del consumidor

Motivación

La fuerza que induce el consumo es un elemento muy dinámico, cambia de manera constante ante las modificaciones que surgen en los mercados

Aprendizaje y memoria

Comprender lo que aprenden los consumidores

Los consumidores adquieren productos y recuerdan su nombre y características y además aprenden criterios para juzgar los productos, lugares donde adquirirlos, capacidades relacionadas con la solución de problemas, patrones de gustos y de conducta

Actitud y cambio de actitud

El concepto de actitud ha tenido multitud de definiciones

Las actitudes se desarrollan a lo largo del tiempo a través de un proceso de aprendizaje.

Son relativamente consistentes con el comportamiento que reflejan

Modelos estructurales de actitudes

Modelo tricomponente de actitudes

Este modelo manifiesta que las actitudes tienen tres componentes: un componente cognoscitivo, un componente afectivo y un componente de voluntad

Modelos de actitudes de un solo componente

Se considera al componente afectivo o de sentimientos, como la actitud misma.

Modelos de actitudes de atributos múltiples

Son atractivos tanto para los investigadores del consumidor como para los practicantes de la mercadotecnia

Modelos de actitudes de atributos múltiples

Son atractivos tanto para los investigadores del consumidor como para los practicantes de la mercadotecnia